

Постпрадакшн на тэлебачанні: тэмпарытм і графічнае аздабленне шоу

*Кузьмінава А. Ю., асп. БДУ,
наук. кір. Самусевіч В. М., канд. філал. навук, дац.*

Відовішчнасць і дынаміка тэлепраграм забяспечваецца адэкватнымі для пэўнай канцэпцыі суадносінамі вербальных і невербальных элементаў. Іх спалучэнне стварае пэўны тэмпарытм праграмы, які вызначае, ці будзе праграма трымаць увагу гледача на працягу ўсяго выпуску.

Дзеянне на экране разгортваецца ў часе. Тэмп вызначае хуткасць развіцця дзеяння, рытм – чаргаванне яго структурных элементаў. Даследчык сцэнічнага мастацтва Г. В. Марозава вылучае тры этапы дзеяння: успрыняцце (ацэнка), падрыхтоўка да дзеяння і ажыццяўленне дзеяння / уздзеянне [1, с. 45].

Тры этапы дзеяння, аднолькавыя па часе, выклікаюць манатоннасць. І наадварот, як піша Г. В. Марозава, разнастайнасць прапорцый у часавых суадносінах частак дзеяння робіць рытм рухомым, стварае ўражанне развіцця і не бурыць рытмічную стройнасць твора (у нашым выпадку экраннага прадукта) у цэлым [1, с. 48]. Добра прадуманы сцэнарый і мантаж дапамагаюць падабраць правільныя суадносіны элементаў дзеяння ў тэлепраграмах. Напрыклад, хронаметраж ускоснага рэаліці (шоу профі) аб жыцці топ-мадэляў – 45 хвілін. У адным выпуску трэба паказаць падзеі, якія адбыліся (і здымаліся) на працягу тыдня, таму ў зманціраваным варыянце фотасесія, якая доўжылася дзень, справядліва будзе займаць не больш за 5–8 хвілін, прычым ацэнка дзеяння (успрыняцце навіны аб фотасесіі і меркаванні ўдзельнікаў) будзе займаць на экране самы кароткі час, падрыхтоўка да яе – трохі больш, а самому працэсу фотаздымак будзе прысвечаны найбольшы адрэзак часу.

Па такім прынцыпе будзеца тэмпарытм асобных частак праграм фармату «Next top model», як і ў большасці іншых рэаліці. Гэтаксама тэхналогія прыдатная для вялікай колькасці вэраеці і шоу-гульніяў, паколькі наўрад ці глядач будзе з задавальненнем глядзець троххвілінную прамову канферансье перад аднахвілінным нумарам або эпізод віктарыны, у якой ігрок за секунду выбірае адказ, але доўга маўкліва прымае рашэнне, працягваць яму гульнію ці не. Што датычыцца ток-шоу, на наш погляд, гэта найменш залежны ад умоўнага часу від праграм, асабліва калі ідзе гаворка аб прамым эфіры. Непрамаэфірны ток-шоу часцей за ўсё запісваюцца даўжэй, чым хронаметраж выпуску можа дазволіць паказаць, і ў выніку атрымліваецца зашмат відэаматэрыялу, таму ў гэтым выпадку мае сэнс з дапамогай мантажу падкарэктаваць дынамічнасць адказаў і пераходу слова ад аднаго ўдзельніка камунікацыі да іншага. Важна, каб у кожнай серыі былі прадуманы і часавыя

адносіны канкрэтных дзеянняў, і тэмпарытм праграмы ўвогуле – тады выніковы прадукт будзе аўдыторыі камфортна глядзець.

На этапе постпрадакшну журналіст таксама адказвае за графічнае аздабленне тэлепраграмы. Важным сродкам стварэння экраннага вобразу з’яўляюцца анімацыя персанажаў і цітраў, перабіўкі, рэканструкцыі, дыяграмы і схемы, стылізацыя, а таксама камп’ютарныя спецыяльныя эфекты. Яны ўпрыгожваюць тэлепрадукт, робяць яго запамінальным, працуюць на фірменны стыль праграмы.

Графіка ў тэлешоу можа быць прадстаўлена партрэтамі, цытатамі, картамі мясцовасці, камп’ютарнай рэканструкцыяй падзей, тэматычнымі калажамі і інш. Аўтары кнігі «Прыёмы тэлевізійнай інфаграфікі» прапануюць пяць найбольш важных прынцыпаў стварэння графікі ў інфармацыйных тэлепраграмах, але, на нашу думку, гэтыя ж прынцыпы актуальны і для шоу:

- Нагляднасць: графіка павінна ілюстраваць менавіта тое, што хоча сказаць аўтар, а не толькі майстэрства аніматара. Графічныя элементы павінны адпавядаць тэме эпізода;

- Зразумеласць: у ідэале тое, што закладзена ў графіку, павінна быць ясным без слоў;

- Тэкст (калі ён выкарыстоўваецца) павінен не дубліраваць графіку, а дапаўняць яе, тлумачыць нюансы і накіроўваць увагу гледача;

- Дынаміка: важная функцыя графікі – разрыў манатоннасці візуальнага рада, таму лепш выглядае рухомая графіка, якая актыўна ўдзельнічае ў павелічэнні і ўтрымлівае ўвагу;

- Візуальная прывабнасць: графіка павінна быць эфектнай, каб падабацца гледачу, і не кантраставаць з агульным стылем тэлепраграмы [2].

Нарэшце, камфортнаму прагляду і эфектыўнай акцэнтавалізацыі ў тэлешоу спрыяе добра арганізаваны аўдыярэд, які, акрамя галасоў удзельнікаў, уключае музычнае суправаджэнне і гукавыя эфекты. Музыка падтрымлівае рытм праграмы, дапамагае стварыць настрой цэлага выпуску або асобнага эпізоду.

Такім чынам, на этапе постпрадакшну тэлешоу маніцруецца і аздабляецца, набывае дадатковую гукавую атмасферу і іншыя элементы, якія дапамагаюць рэалізаваць асноўную мэту праекта.

Літаратура

1. Морозова, Г. В. О пластической композиции спектакля: Методическое пособие / Г. В. Морозова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rudocs.exdat.com/download/docs-551417/551417.doc>. – Дата доступа: 15.04.2015.

2. Приемы телевизионной инфографики / А. Скворцов, Г. Кондратьев, О. Соловьев, А. Григорьянц // Mercator Group. Внешний вид информации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mercator.ru/studio/infografica.pdf> – Дата доступа: 12.03.2015.